

первых, каждая теория наглядно излагает определенный взгляд на мотивацию труда, подтвержденный эмпирическими исследованиями и уже достаточно продолжительное время использующийся в практике управления. В наибольшей мере данное утверждение относится к теориям А. Маслоу и Ф. Герцберга. Во-вторых, все теории содержательной мотивации основное внимание уделяют анализу факторов, лежащих в основе мотивации, и практически не уделяют внимания анализу процесса мотивации.

Процессуальные же, или поведенческие теории, в последние годы стали наиболее популярными. Они пытаются объяснить причины и цели поведения, а также определить, какие переменные или составляющие включаются в этот процесс в первую очередь и как они взаимодействуют.

Таким образом, содержательные и процессуальные теории дают нам объяснения, касающиеся как возможных альтернатив действия, так и типа выбора между ними. Но наличие различных теорий и подходов к рассмотрению мотивации труда обуславливает отсутствие единого понимания мотивации трудовой деятельности, что влечет за собой заметный разрыв между техническими и человеческими аспектами функционирования рабочей силы в процессе производства.

Шарафиева М.Г.

Методология научного исследования лояльности персонала*

В настоящее время увеличивается рост интереса к проблеме лояльности персонала со стороны руководителей компаний. Причиной такого интереса становится то, что ни одна компания не может достичь успеха без настроя сотрудников на работу с высокой отдачей, без стремления работников внести свой вклад в достижение поставленных целей и, соответственно, без высокого уровня лояльности персонала. Возникает проблема: на чем основываться при измерении лояльности персонала?

Лояльность (*loyalty*) в переводе означает «преданность, верность». Это эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом.

На сегодняшний день существует множество точек зрения по вопросу лояльности персонала компании, обозначенной как в отечественной, так

* Научный руководитель – кандидат философских наук, доцент кафедры ППР М.А. Реньш.

и в зарубежной литературе. В качестве полярных будут выступать два основных подхода. Первый из них, «внешний», представляет лояльность как отсутствие у персонала нежелательного поведения. Второй подход, «внутренний», лояльность рассматривается как положительная установка сотрудников по отношению к организации и своему руководству. Исследования лояльности показывают, что этот феномен есть проявление во внешнем поведении внутренних установок по отношению к организации.

С точки зрения системного подхода, феномен лояльности можно представить как систему, состоящую из трех измерений: эмоциональная приверженность, текущая и нормативная лояльность.

Сотрудники с сильной эмоциональной приверженностью остаются в организации, потому что они этого хотят. Сотрудники с сильной текущей лояльностью остаются, потому что они чувствуют, что они должны остаться. Наконец, нормативная лояльность связана с обязательством работника, оставаться в данной организации, с чувством долга, обещанной преданностью.

Все три измерения лояльности существуют в единстве и целостности, только гармоничное сочетание у сотрудника всех трех составляющих позволяет говорить о высоком уровне лояльности.

С точки зрения деятельностного подхода, лояльность формируется под воздействием многих объективных и субъективных факторов как некое «новообразование». Оно подчиняется общепсихологическим законам и развивается в тесном взаимодействии с другими членами коллектива и проявляется в поведении. Формирование лояльности каждого конкретного сотрудника – непрерывный процесс, имеющий ряд характерных стадий.

1. Стадия неосознанной нелояльности (Другие нелояльны и Я нелоялен).
2. Стадия осознанной нелояльности (Другие лояльны, а Я нелоялен).
3. Стадия неосознанной лояльности (Другие лояльны и Я лоялен).
4. Стадия осознанной лояльности (Другие нелояльны, Я лоялен).

Таким образом, измерение лояльности сотрудников можно проводить с точки зрения оценки выраженности измерений лояльности, их сочетаемости, с точки зрения нахождения сотрудника на конкретной стадии развития лояльности. Так же имеет смысл определение соответствия внутренней установки внешним проявлениям, т.е. подкрепления желательного поведения внутренними мотивами.

Именно на этих положениях необходимо базироваться при разработке методики измерения лояльности